

以品牌农业为笔 为龙江农业高质量发展画龙点睛

来自中国农业经济学会品牌农业专业委员会成立暨现代农业经营体系专题研讨会的声音

编者按

□文/本报记者 蒋平 摄/陶全 本报记者 蒋平

立足资源禀赋,找准主攻方向。以技术创新为支撑发展科技农业,以生态优势为依托发展绿色农业,以标准化生产为基础发展质量农业,以市场营销为牵动发展品牌农业。近年来,我省以发展现代化大农业为主攻方向,稳定提升粮食综合产能,具体化落实发展科技农业、绿色农业、质量农业、品牌农业要求,推动一产“接二连三”,拓宽共同富裕路径,推动农业增效、农民增收、农村增活力。

在日前举办的中国农业经济学会品牌农业专业委员会成立暨现代农业经营体系专题研讨会现场,来自北京大学、中国人民大学、中国农业大学、浙江大学、南京农业大学等30余所高校近200名专家学者齐聚魅力大庆,共商品牌农业发展大计。



会议现场。

黄祖辉:构建新型农业经营体系 龙江答案意义重大



黄祖辉,浙江大学农村发展研究院院长、首席专家

“此次参会,回到我的母校黑龙江八一农大,让我倍感亲切。”会议现场,浙江大学农村发展研究院院长、首席专家黄祖辉从品牌角度分析,“寒地黑土”区域公用品牌享有盛誉,在一定程度上代表着黑龙江优质的农业资源及产品品质。他表示,黑龙江自然禀赋优越,生态环境良好,亟需发挥品牌引领作用,推动供需结构升级。

“品牌要有规模,黑龙江的农业是以大农业为主,粮食畜牧养殖基础扎实,如果能在品牌农业方面把名片擦亮,把名头打响,将能带动整个东北地区的现代农业发展,盘活整个东北地区的农业资源和生态文化资源。”黄祖辉继而从新型农业经营体系角度为龙江品牌农业建言献策。他表示,新型农业经营体系的本质是农业主体、组织与制度的集成体系,它对农业产业的适配性,决定了农业的发展方向。这是一种适应现代农业发展和现代市场竞争的农业经营体系。核心是要实现现代农业经营主体与现代农业服务体系的有机结合与双层经营,即构建新型农业经营体系需要建立支撑新型农业经营主体成长、多元化农业服务体系形成、多类型农业规模经营发展、

多种农业经营机制与产业组织模式耦合以及产业化经营水平提升的现代农业经营体系。“黑龙江需要在构建新型农业经营体系的过程中靶向破题。例如家庭农场,它的特点应该是自我雇佣、自主经营、合作服务。如果把它做好做强,并以此为基础促进要素集聚、服务集约,扩大规模经营,从而实现专业化、标准化生产,保障品质,打造品牌,将对其他经营主体发展具有借鉴意义。”黄祖辉表示,黑龙江农产品体量大、服务体系多元,适合在家庭农场基础上进行联合合作经营,找准专业合作组织与集体经济二者协同发力的着力点,继而推动一产“接二连三”,拓宽共同富裕路径,推动农业增效、农民增收、农村增活力。

韩一军:充分发挥农业品牌在乡村产业振兴中的引领作用



中国农业大学领军教授、国家农业市场研究中心主任韩一军

如何理解品牌农业与农业品牌的关系?对此,中国农业大学领军教授、国家农业市场研究中心主任韩一军表示,品牌农业重在中间,农业品牌重在微观,二者虽各有侧重,但相辅相成不可割裂理解。

农业要强,品牌必须强。“品牌是推动我国农业高质量发展以及乡村振兴建设的重要抓手,它贯穿农业生产、加工、流通、消费全过程,发挥品牌引领作用,有利于集聚优势要素资源向农业流入,为推进农业高质量发展奠定基础保障。优秀人才、先进技术、现代管理模式等优势要素向农业集聚,激发农业创新活力,优化生产要素配置,推动农业从种养环节向农产品加工、流通等二三产业延伸,健全产业链、打造供应链、提升价值链。”韩一军说。

要立足国情和阶段,探索中国特色的农业品牌建设与发展之路;要对标乡村产业发展需求,逐渐丰富农业品牌的内涵;要树立农业品牌是培育出来的理念,品牌培育绝不是简单的广告宣传;要加快我国农业品牌理论方法研究,人才培养以及政策创设。当前,农业企业品牌已进入加快提升阶段,品牌战略管理日益重要。渠道品牌也将成为中国农业品牌发展的重要力量。“农业品牌是个系统工程,尤其是农产品区域公用品牌建设,是各级政府和主体高质量推进乡村全面振兴的重要抓手。遵循品牌建设规律,打造农产品区域公用品牌,需要七手齐抓:质量是品牌建设的前提;标准是品牌建设的基础;主体是品牌建设的关键;创新是品牌建设的动力;文化是品牌建设的灵魂;营销是品牌建设的抓手;监管是品牌建设的保障。”韩一军说。

黄延信:发展品牌农业 龙江大有可为



中国农业经济学会副会长黄延信

产品发展方面资源丰富。发展品牌农业,需要加强资源整合监管,强化统一标准标识,建立合理进出机制,不断提升知名度、公信力、影响力。”中国农业经济学会副会长黄延信表示,标准和品牌是农产品进入市场的通行证,代表着公信力。黑龙江在农业品牌方面已经取得了一定成绩,但在从农业大省向品牌农业大省转变的过程中,需以提升农产品品质夯实品牌建设基础,建立农业生产标准化体系,扩大绿色有机食品生产规模,全面提升农业生产基地标准化水平。与此同时,强化质量监管,提高农业科技含量,提升农产品品质和质量安全水平,夯实品牌建设基础。

“大力发展品牌农业,需要不断夯实农业品牌建设基础,拓宽品牌建设路径,促进生产与消费的有机衔接,连通农业生产与高端消费市场,增加产品附加值。”黄延信说。

“寒地黑土,绿色有机。黑龙江正依托“绿色粮仓、绿色基地”,发展“大粮商、大厨房、大工厂”。会议现场,促合作、树品牌、聚合力、谋发展,众多学术大咖以品牌农业为笔,为龙江农业高质量发展画“龙”点睛。“黑龙江作为农业大省,农产品生产具有独特优势,尤其在绿色

刘文勇:在现代农业经营体系中 做好“土特产”文章



中国农业科学院农业经济与农村发展研究所副研究员刘文勇

“土特产有多‘土’,如何‘特’,多大‘产’?会议现场,中国农业科学院农业经济与农村发展研究所副研究员刘文勇抛出的问题引发热烈讨论。

他表示,做好“土特产”文章,要以“县域”土特产为基础,壮大县域富民产业,健全因地制宜发展新质生产力的体

制机制,要以市场选择为准绳,充分发挥市场在塑造“土特产”品牌及相关资源配置中的决定性作用;要促进政府对土特产产业的支持向基础性、公益性和长远重大项目的成效机制发展。刘文勇未来如何突出特色,做强做精“土特产”产业?对此,刘文勇给出了五点建议:一是贵字当头,增强地方抓好“土特产”责任感,建立科学的考评机制;二是惠企暖心,提升企业经营“土特产”积极性,在税费等方面给予优惠减免,扶持“土特产”企业发展壮大;三是溯源求真,提升“土特产”产业质量,通过加强质量控制体系建设,赢得消费者信赖,保持和扩大销售市场,鼓励运用互联网和大数据等技术,搭建信息化追溯平台,完善产品追溯和质量监管体系;四是挖掘价值,拓展“土特产”产业发展空间,扶持政策聚焦发展“土特产”新业态和加强品牌建设两个方面,鼓励创业者围绕“土特

产”开发新产品形态,开辟文旅市场、休闲产业、康养基地、实践基地、数字经济、动漫影视产业等,实现多业态互促共进的良好发展局面,不断丰富“土特产”周边产品和服务,挖掘“土特产”的多元价值,拓展“土特产”价值空间;五是鼓励创新,提升产业科技支撑能力。把新品种培育和科技创新作为提升“土特产”市场竞争力的重要举措,加大特色农产品品种资源保护等基础工作,加强新品种培育和提纯复壮,完善良种繁育体系和科技支撑体系,针对消费者的需求偏好及时开发新品,持续提升“土特产”生产经营效率、经营效益和竞争力,促进科研和产业深度融合,支持企业、农户、合作社、行业协会等主体与科研院所对接,与科学家、工程师深入交流,激励行业主体敢于善于乐于用外脑,不断创新“土特产”的生产技术,加工技术、新产品、新工艺、新方法,从而不断开拓“土特产”发展新空间。

李翠霞:品牌农业需靶向破题精准施策



中国农经学会品牌农业专委会主任、黑龙江农业品牌岗位体系首席专家、黑龙江八一农垦大学校长李翠霞

“伴随着中国农业农村现代化和乡村振兴战略的深入推进,农业品牌这一概念已成为社会各界普遍关注和共同关注的‘热词’,不同的农产品品牌、农

业企业品牌、农产品区域公用品牌等已成为社会各界共建共享的价值符号。”会议现场,中国农经学会品牌农业专委会主任、黑龙江农业品牌岗位体系首席专家、黑龙江八一农垦大学校长李翠霞表示,从农业品牌到品牌农业的发展,标志着我国农业已经由特色农产品的价值营销转变为农业产业的整体价值重塑,意味着我国农业政策从保障和推动微观主体的效益提升转变为确保微观主体效益基础上的农业产业的系统效益重构,代表着我国农业发展的国内外的产品、企业、区域品牌市场化竞争格局的协同关系重建。从农业品牌到品牌农业,黑龙江点“绿”成金,不断激发绿色食品产业

振兴源动力。以农业区域公用品牌“黑土优品”等龙江好物为例,龙江独特的“冷资源”涵养出一大批“热产业”。而“热产业”的背后仍需“冷思考”。会议现场,大咖云集。李翠霞围绕如何聚焦农业现代化主要标志的品牌化,回应“中国式现代化”的实践探索;如何聚焦品牌中国在农业领域的实践创新,回应“品牌中国”“四个农业”的发展要求;如何聚焦北大荒现代农业“三大一航母”的功能实现,回应“粮食安全压舱石”的战略需求等内容和与会专家学者畅谈心得,并就专委会成立后将如何服务龙江农业经济,靶向破题、精准施策,为省农业品牌和全国品牌农业发展打造科技创新策源地和创新人才供给库进行了路径探析。



北大荒集团营销部副总经理、北大荒食品集团副总经理寇春雨

“北大荒集团将牢牢扛起国家粮食安全压舱石、农业现代化排头兵的重任,发挥好农业品牌专委会协同研究基地的功能,促进品牌农业建设的整体性、系统

性、协同性发展,在推动黑龙江“黑土优品”农业区域公用品牌发展上发挥更大的作用。”会议现场,北大荒集团营销部副总经理、北大荒食品集团副总经理寇春雨从北大荒品牌农业建设实施路径角度,向与会专家学者分享了企业经验。寇春雨说,首先要以资源和科技提升品牌源动力,集团从依托资源优势提升产品品质、强化科技支撑三方面精准发力,联合黑龙江八一农垦大学,以食品科学与工程专业为依托申报“北大荒农产品加工现代产业学院”,并入选教育部首批现代产业学院,全国49所高校的50个现代产业学院入选,这也是黑龙江省

唯一入选的现代产业学院。其次要以精神和文化提升品牌引领,集团不断丰富北大荒品牌内涵,打造母子品牌体系,丰富品牌联想。再次要以营销和合作提升品牌竞争力,集团全面布局扩大影响,以“巩固东北、强化华北、发力长三角、占领大湾区、拓展西南、稳占中原”为总体营销战略,推进大湾区、长三角等智慧厨房产业园建设;推动由“大粮仓”向“大厨房”“大工厂”“大市场”的转型升级,实现以主要城市为中心,辐射带动周边中小城市的全国营销大格局。与此同时,走向终端市场,打造线上线下相结合的营销渠道等方面取得了喜人成绩。

寇春雨:发展品牌农业 建设农业强国

章政:品牌农业建设是综合创新的结果



北京农大二级教授、教育部农业经济管理专业教学指导委员会委员章政

“品牌农业是加快建设中国现代农业大基地、大产业、大企业的关键抓手,是中国现代农业高质量发展的核心标志。”会议现场,北京大学二级教授、教育部农业经济管理专业教学指导委员会委员章政表示,中国农经学会品牌农业专委会的成立对于推动中国农业现代化新征程、新格局、新气象具有重要作用和深远意义。

章政说,“品牌农业是农业综合创新的结果,黑龙江八一农垦大学历史积淀深厚、发展潜能巨大,承担中国农经学会品牌农业专委会工作责任重大、使命光荣,相信未来一定能够在现代农业生产体系、技术体系、市场体系和社会服务体系建设中发挥不可替代的作用。”

建设和发展品牌农业,从农业生产经营的角度来说,就是要推动中国农业生产经营的商品化、标准化、集约化、规模化发展,其本质是要建设中国现代农业生产体系。未来随着农业土地流转和生产经营规模扩大,以高水平的农户规模经营对接商品化农产品市场供给不仅对于东北地区农业生产发展,也是全国农业现代化必须破解的核心问题。

胡晓云:品牌农业未来研究需要解决的问题



浙江大学CARD中国农业品牌研究中心主任胡晓云

产业兴旺是乡村振兴的首要保障。如何通过农业品牌打造提升农业价值、提高产品溢价?对此,浙江大学CARD中国农业品牌研究中心主任胡晓云建议从中国式现代化农业品牌建设特色理论、中国式现代化农业品牌建设特色战略及特色路径、培育科学运营乡村及农村品牌人才并提高品牌意识与品牌运营能力、中国乡村与农业品牌的国际化发展、乡村与农业品牌文化力发展等方面加大力度研究探索实践。

“首先要消除目前农业品牌建设的理论体系、基本概念、基本经营模式、特色管理机制等方面的研究乱象与实践困惑。其次是通过特色战略及特色路径实现中国现代化农业品牌建设。中国现代化的农业品牌建设,应当创造富有中国特色且具有国际竞争力的中

国自主品牌及品牌生态。”胡晓云说,农业品牌规划应当基于城乡融合、区域整合、产消和合,进行系统的发展战略规划。农业品牌打造,不准消费价值更具有独立品牌价值。农业品牌生态,不唯经济价值更拥有多元竞争价值,形成农业品牌的多元价值结构图。此外,胡晓云认为,应当提高乡村的品牌意识与品牌运营能力,品牌经营主体应具有差异化竞争理念、消费立场理念、投入产出理念、品牌生态理念、创新赋能理念、多元价值理念、品牌权益理念、持续发展理念这八大基本品牌经营理念。通过品牌年轻化和品牌现代化,消除代际障碍与地理文化边界障碍,探索中国乡村和农业品牌的国际化发展。通过独特且先进的品牌文化赋能,独特且先进的品牌价

值观,提升中国农业品牌的文化力指数,打造基于中华文脉的特色文脉品牌。最后,要建立起符合中国农业品牌的神话原型和独特的符号数据库,这是一个系统工程,中国的农耕文明富矿,需要加大投入,实施国家级的工程投入与研发。

点,以农业品牌带动农户经营、生产管理、技术标准和体系体系建设,走农业集成创新道路可能是未来分户经营政策发展的基本方向和目标。我们相信,中国农经学会品牌农业专委会的成立将会在理论和实践两个方面发挥独特作用和深远影响。